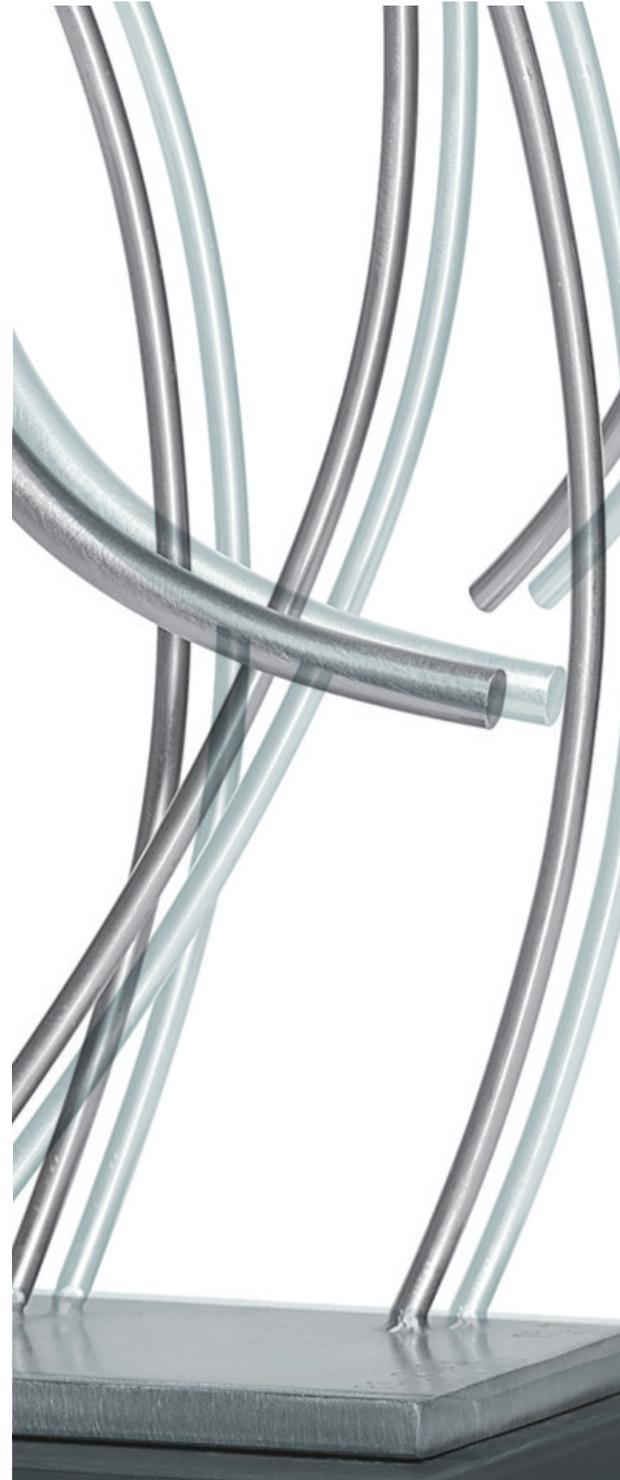




WUPPERTALER
WIRTSCHAFTSPREIS
2021



PREISTRÄGER
2021

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wuppertal Marketing GmbH
www.wuppertal-marketing.de

Text:

Michael Bosse, Westdeutsche Zeitung,
Wuppertal Marketing

Corporate Design Konzeption

oundmdesign
www.oundmdesign.de

Druck:

Offset Company Druckereigesellschaft mbH
www.offset-company.de

Fotos:

Die Fotos stammen von den beteiligten
Institutionen sowie von Günter Lintl,
Andreas Fischer, Land NRW_Hermenau.

GRUSSWORT
OBERBÜRGERMEISTER
DER STADT WUPPERTAL

Liebe Wuppertalerinnen und Wuppertaler,
sehr geehrte Preisträgerinnen und Preisträger
des Wuppertaler Wirtschaftspreises 2021,

es ist eine große Freude, dass wir nach einem
Jahr Corona-Pause in diesem Jahr wieder zu einer
feierlichen Preisverleihung in die Glashalle der
Stadtsparkasse einladen dürfen, um herausra-
gende Unternehmungen unserer Stadt zu ehren.

Das Unternehmen des Jahres hat sich hochin-
novativen Mobilitätskonzepten verschrieben.
Unsere Jungunternehmen-Preisträgerinnen
kombinieren Innovation mit Nachhaltigkeit und
Tradition. Und mit dem Stadtmarketingpreis
zeichnen wir einen Künstler aus, der modernste
Technik für seine Installationen nutzt.

Die unterschiedlichen Preisträgerinnen und
Preisträger stehen einmal mehr stellvertretend
für die Vielfalt der vielen Akteure der Wupper-
taler Wirtschaft. Ich danke ganz herzlich für
das herausragende Engagement, die innovati-
ven Impulse und die auf diese Weise erzeugte
Strahlkraft über Wuppertals Stadtgrenzen hin-
aus.

Mit herzlichen Grüßen



Ihr Uwe Schneidewind, Oberbürgermeister



DIGITAL, NACHHALTIG UND KREATIV

Die Zukunft liegt in unserer Hand – davon hatte der amerikanische Programmierer Alan Kay klare Vorstellungen: „Der beste Weg, die Zukunft vorherzusagen, ist, sie selbst zu entwickeln.“ Was für die Informatik gilt, erleben wir in Wuppertal jeden Tag. Wir sind umgeben von engagierten Unternehmerinnen und Unternehmern, die es mit wegweisenden Produkten und Projekten ermöglichen, dass unsere Stadt in ein selbstgestaltetes Morgen aufbricht.

Wuppertal entwickelt sich zu einer Stadt der Zukunftsthemen: Zirkulare Wirtschaft, nachhaltige Produktion, autonomes Fahren und digitale Kreativität sind nur einige Bereiche, in denen Wuppertal weit über die Stadtgrenzen hinaus aufhorchen lässt. Die Preisträgerinnen und Preisträger des Wirtschaftspreises 2021 spiegeln diesen Weg wider.

Das Unternehmen des Jahres „Aptiv“ ist ein weltweit agierendes Hochtechnologieunternehmen, das innovative Produkte für aktive Sicherheit, autonomes Fahren, Nutzererlebnis und Kommunikationsdienste entwickelt und die Zukunft der Mobilität verändert.

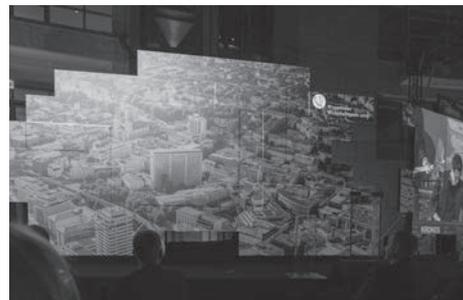
Die Jungunternehmen-Preisträgerinnen von „verpackmeinnicht“ versorgen ihre Kundinnen und Kunden mit allem, was sie zum Kreieren ihrer veganen Naturkosmetik benötigen. Das alles steht unter dem Aspekt „Zero Waste Produkt“ in Bio-Qualität, ohne Plastik, ohne Palmöl, ohne Konservierungsstoffe.

Den Stadtmarketingpreis erhält der Künstler Gregor Eisenmann. Er nutzt modernste Technik für seine Video-Installationen, die Raum neu erleben lassen. Somit schafft er nachhaltige Eindrücke und einmalige Erlebnisse für alle Betrachterinnen und Betrachter seiner temporären Kunst. Wenn er zeithistorische Gebäude erstrahlen lässt, wird deren Bedeutung neu sichtbar.

So unterschiedlich unsere Preisträgerinnen und Preisträger sein mögen – sie stehen stellvertretend für die Wuppertaler Wirtschaft und Institutionen und verdeutlichen individuelle Ansätze, wie sie im Fokus Wuppertals entstehen können. Im Zusammenspiel aller Akteurinnen und Akteure kann das Ziel, Wuppertal in eine lebenswerte, attraktive und nachhaltige Zukunft zu führen, erreicht werden.

Ermittelt wurden die Preisträgerinnen und Preisträger von drei unabhängigen Jurys mit insgesamt fast 40 Expertinnen und Experten. Seit 2006 wird der Wuppertaler Wirtschaftspreis von der Wuppertal Marketing GmbH ausgerichtet; initiiert wurde er 2003 vom Stadtmarketingverein wuppertalaktiv! e.V.. Der Preis wird jährlich unter der Schirmherrschaft des Oberbürgermeisters verliehen.

RÜCKBLICK WIRTSCHAFTSPREIS 2019





„WIR STEHEN AN EINEM WENDEPUNKT ZU EINER KLIMA-NEUTRALEN WIRTSCHAFT“

Fragen an Ursula Heinen-Esser, Ministerin für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen, anlässlich des diesjährigen Wirtschaftspreises Wuppertal

Das Gespräch führte Michael Bosse

WZ: Sehr geehrte Frau Heinen-Esser, Deutschland hat gewählt, eine neue Bundesregierung wird bald die Geschäfte übernehmen. Wie können Ihrer Ansicht nach Themen wie Umwelt- und Klimaschutz in der Politik eine größere Relevanz erhalten?

Heinen-Esser: Die Themen Umwelt- und Klimaschutz haben heute schon eine hohe Relevanz. Aber die Flutkatastrophe im Juli hat noch einmal gezeigt, wie existenziell der Kampf gegen den Klimawandel und Maßnahmen zur Anpassung sind. In dem Maße, in dem die Betroffenheit zunimmt, nimmt auch der gesellschaftliche Diskurs zu. Wichtig ist, dass sich der Vorsorgegedanke durchsetzt, dies hat nicht zuletzt auch die Corona-Pandemie gezeigt. Jede und jeder kann seinen Beitrag für ein nachhaltiges Leben und Wirtschaften leisten – die Politik genauso wie Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Indem wir das Klima schützen, die Biodiversität bewahren und die Ressourcen schonen, können wir gestärkt und gleichzeitig umwelt- und klimaschonender aus der Corona-Pandemie hervorkommen.

WZ: Inwieweit kann die Privatwirtschaft Unterstützung bei Maßnahmen zum Umweltschutz und nachhaltigerem Wirtschaften leisten? Bislang wird ja zumeist darüber diskutiert, wie Firmen möglichst wenig CO₂ ausstoßen. Dabei wird das Thema aus Sicht der Kritiker zu wenig pro-aktiv angegangen. Kann die Politik hier mehr Orientierung bieten oder sollte sie vor allem auf die ordnende Hand des Marktes vertrauen?

Heinen-Esser: Wir müssen gemeinsam daran arbeiten, die Wirtschafts- und Konsumkreisläufe nachhaltig zu schließen. Die Privatwirtschaft mit ihren Innovationen ist dabei ein wichtiger Partner. Wir unterstützen daher zum Beispiel die Circular Valley-Initiative aus Wuppertal. Ich bin froh und stolz darauf, dass wir eine starke Umweltwirtschaft haben, die wichtige Zukunftsfragen angeht. In unsere Förderwettbewerbe werden unglaublich spannende Ideen und Projekte eingereicht. Um die Spitzenposition zu behaupten und die großen Potenziale zu nutzen, bauen wir unsere Unterstützung für die „Green Economy“ kontinuierlich weiter aus. Allein in den zurückliegenden Monaten haben wir für die Umweltwirtschaft Förderaufrufe mit einem Volumen von mehr als 60 Millionen Euro veröffentlicht.

WZ: Wie beurteilen Sie die Entwicklung von Unternehmen, die sich ja zumeist als Start-up Themen wie Nachhaltigkeit oder Umweltschutz zuwenden? Wie schätzen Sie das Potenzial in NRW ein?

Heinen-Esser: Der neue Statusbericht Umweltwirtschaft zeigt, dass wir bundesweit Vorreiter sind. Wir haben in Nordrhein-Westfalen viele innovative Start-ups und exzellente Forschungseinrichtungen. Unser Ziel ist es, dass die nordrhein-westfälische Umweltwirtschaft als globaler Impulsgeber zur Lösung von Klima- und Umweltfragen beiträgt. Hierzu benötigen wir ein gesundes und attraktives „Gründungsökosystem“. Unsere Unterstützung reicht dabei von der ersten Idee über die Unternehmensgründung und Markteinführung bis zur Vernetzung und Standortentwicklung.

WZ: Haben Sie einen Tipp für potenzielle Jungunternehmen, die sich mit einer Idee selbstständig machen wollen?

Heinen-Esser: Wir stehen gerade an einem zentralen Wendepunkt hin zu einer klimaneutralen und nachhaltigen Wirtschaft. Daraus ergeben sich neue Megatrends und Chancen für Unternehmen mit zukunftsfähigen Lösungen. Neben unseren Förderangeboten haben wir in den letzten Jahren ein intensives Netzwerk aufgebaut. Potenzielle Jungunternehmen können hiervon stark profitieren. Der KUER-Businessplan Wettbewerb bietet beispielsweise die Möglichkeit, mit Begleitung

von Experten seine Ideen weiterzuentwickeln. Wer eine Idee umsetzen möchte, Partner sucht oder Fragen zur Gründung hat, ist herzlich willkommen. Die Internetseite www.umweltwirtschaft.nrw.de gibt umfangreiche Informationen zu den Angeboten.

WZ: Teile Wuppertals wurden Mitte Juli bei dem Hochwasser schwer beschädigt. Was können und sollten Kommunen dagegen tun, um sich in Zukunft gegen solche Ereignisse zu wappnen?

Heinen-Esser: Die Hochwasser-Katastrophe hat in vielen Orten unendliches Leid und verheerende Schäden gebracht. Der klimafeste Wiederaufbau und eine Zukunftsperspektive müssen nun oberste Priorität haben. Die Kommunen stehen vor der großen Herausforderung, sich dabei gleichzeitig auf Starkregen und Hitzephasen vorzubereiten. Die Konsequenzen aus der Hochwasser-Katastrophe werden derzeit umfassend analysiert. Dabei sind vor Ort ganz unterschiedliche naturräumliche und städtebauliche Rahmenbedingungen zu beachten, die spezifische Lösungen in den Kommunen erfordern. Wichtig ist, dass Klimaanpassung fortan als Querschnittsthema mitgedacht und mitgemacht wird. So haben wir es auch im bundesweit ersten Klimaanpassungsgesetz angelegt; danach müssen Klimafolgen fortan bei allen Planungsvorhaben berücksichtigt werden. Wir bieten den Kommunen hierzu breite Förder- und Unterstützungsangebote.

WZ: Wuppertal bewirbt sich in diesem Zusammenhang für das NRW-Projekt „Schwammstadt“. Falls der Zuschlag erfolgt: Wie sollte der Umbau der Stadt nach Ihrer Ansicht aussehen?

Heinen-Esser: Versiegelte Flächen verschärfen die Auswirkungen des Klimawandels und vergrößern Überschwemmungsgefahren. Wichtig sind daher natürliche Retentionsflächen, grüne und blaue Infrastruktur, die Wasser speichern und sommerlichen Hitzestaus entgegenwirken. Hierzu tragen auch begrünte Dächer und private Gärten bei, die naturnah und vielfältig gestaltet und keine Schotterwüsten sind. Wichtig ist, dass das Konzept nicht an der Stadtgrenze aufhört, sondern zum Beispiel auch die positiven Wirkungen von Wäldern oder Auswirkungen auf Nachbarkommunen berücksichtigt.

• APTIV •

TECHNIK BLEIBT UNABHÄNGIG VON DEN ANTRIEBSMÖGLICHKEITEN

Automobilzulieferer Aptiv ist einer der Marktführer bei der Entwicklung autonomer Fahrzeuge



„Der Preisträger ist ein typisches Beispiel für die Wandlungsfähigkeit und Innovationsstärke der Unternehmen des Bergischen Landes. Von der Herstellung sog. Barmer Artikel, über die Fertigung textilmantelter Telefonkabel bis zum Weltmarktführer für Fahrzeug-Kabelsätze ist das Preisträgerunternehmen heute der Technologieführer für autonomes Fahren und die Mobilität der Zukunft. Mit gelebter sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung stärkt das Unternehmen sein Attraktivitätsprofil und steigert mit seinen Initiativen darüberhinaus die Anziehungskraft unserer Region im Wettbewerb um Talente. Herzlichen Glückwunsch dem Unternehmen des Jahres 2021, der Aptiv Services Deutschland GmbH.

Gunther Wölfges

Vorstandsvorsitzender

der Stadtsparkasse Wuppertal

Von dem in der Automobilbranche anstehenden grundstürzenden Wandel im Zeichen der Dekarbonisierung muss sich der Automobilzulieferer Aptiv offenbar nur wenig fürchten. „Es ist völlig egal, womit das Auto in Zukunft betrieben wird. Die Technik, die wir liefern, ist unabhängig von den Antriebsmöglichkeiten“, sagt Geschäftsführer Matthias Laumann. Wichtiger als die Wahl zwischen Verbrenner, Hybrid oder E-Auto sei für die Kunden vielmehr die Frage, mit welcher Software der rollende Untersatz ausgestattet sei. Viele Autohersteller hätten dies mittlerweile erkannt und suchten nach entsprechenden Lösungen und Anwendungen.

In der Zentrale der Aptiv Services Deutschland GmbH in Wuppertal sieht man sich in dieser Frage gut aufgestellt, wächst der Anteil der Elektronik in den Fahrzeugen doch kontinuierlich, sind immer wieder Lösungen für die technischen Herausforderungen gefragt, werden die Automobile immer mehr zu rollenden Computern. Fast 70 Prozent der Mitarbeiter bei Aptiv Wuppertal sind mittlerweile System- und Software-Ingenieure. Neben der Entwicklung immer ausgefeilterer Fahrassistenzsysteme – an deren Ende das autonome Fahren steht – setzt das mit dem Wuppertaler Wirtschaftspreis 2021 ausgezeichnete Unternehmen auch einen Schwerpunkt auf den Bereich „Signal and Power Solutions“, jenem Arbeitsfeld, in dem Kabelsätze und Steckverbinder für die Fahrzeuge der aktuellen und kommenden Generationen entwickelt und zur Marktreife gebracht werden. Mit Stolz blickt Laumann da unter anderem auf die Entwicklung eines Ladekabels, das in den kommenden Jahren in gut der Hälfte aller E-Fahrzeuge zu finden sein dürfte – und das auch den Firmennamen sichtbar auf sich trägt.

Die Herstellung von Kabelsätzen, Elektronik und Steckverbindungen sei auch heute noch das Kerngeschäft, jener Geschäftsbereich, der von den früheren Kabelwerken Reinshagen übernommen wurde und „das Brot- und Buttergeschäft“ ausmacht, sagt Laumann. Derzeit arbeiten am Wuppertaler Standort rund 900 Menschen. Laumann freut es, dass dort „alle Fachbereiche unter einem Dach“ zu finden sind und der weltweit operierende Aptiv-Konzern dem Standort eine solche Wertschätzung zukommen lässt. Zudem sei der Standort international ausgerichtet, vereine „über 50 Nationen“ und sei stark vernetzt mit den Hochschulen in der Region, berichtet der Geschäftsführer.

So sehr Aptiv bei der Entwicklung autonom fahrender Fahrzeuge (das sogenannte Level 5 bei den Fahrassistenzsystemen) auch an der Spitze der technischen Entwicklung steht, so wenig ist das Unternehmen aktuell in der Lage, einen Durchbruch in naher Zukunft vermelden zu können. Die Etablierung sei dabei nicht nur eine technische Frage, sondern erfordere auch regulatorisch-juristische Vorgaben und die Bereitstellung einer entsprechenden Infrastruktur (5-G-Netz). Derzeit beschränke sich der Einsatz von autonom fahrenden Autos in Wuppertal deshalb noch auf Prototypen.

Damit das nicht so bleibt, hat Aptiv mit der Hyundai Motor Group ein Joint Venture für autonomes Fahren gegründet. Ziel ist es, eine Technologie-Plattform für Anbieter von Robotaxis, Flottenbetreibern und Automobilherstellern zu entwickeln und bereitzustellen. Bereits im Einsatz ist zudem eine Flotte von autonom fahrenden Robotaxis, die in Kooperation mit dem Fahrdienstvermittler Lyft in Las Vegas (USA) unterwegs ist.

Die Corona-Pandemie und ihre Folgen habe Aptiv im Übrigen gut gemeistert, berichtet Laumann. Man habe viele Arbeiten ins Homeoffice verlegen können und auch bei den Entwicklungsprojekten keine Abstriche machen müssen. „Wir sind sehr gut durch die Krise gesegelt.“ So lagen die Umsätze am Ende des Corona-Jahres 2020 über jenen des Vorjahreszeitraumes.

Einen Wermutstropfen gibt es gleichwohl. Die aktuellen Engpässe bei Halbleitern und Rohstoffen setzen derzeit auch Aptiv zu. Die Folgen: Die Automobilhersteller drosselten die Nachfrage, weil sie nicht mehr so viele Fahrzeuge wie bislang produzieren können. Auch Aptiv hat Probleme, die benötigten Materialien zu bekommen, muss höhere Preise und Frachtkosten einrechnen. Überdies seien einige Zulieferer von Aptiv von dem Hochwasser von Mitte Juli betroffen und müssten ihre Lieferung reduzieren oder sogar komplett einstellen.

www.aptiv.com



VERPACK *mei*NICHT

KOSMETIKA MIT NATÜRLICHEN INHALTSSTOFFEN UND „OHNE GEDÖNS“

Veronika Bauer und Elina Giorgou haben 2019 „verpackmeinnicht“ gegründet. Anlass war eine an der Uni geborene Geschäftsidee.



„Kosmetik ohne Plastik, ohne Konservierungsstoffe und natürlich ohne Tierversuche. Nachhaltig produziert, verpackt und verschickt an Kundinnen und Kunden, die ihre Cremes und Deos mischen oder sofort das fertige Produkt nutzen wollen. Immer mit der Gewissheit, keinen Abfall zu produzieren und einen Beitrag für unsere Umwelt zu leisten. Das war und ist die Idee der jungen Gründerinnen, die sie mit Erfolg und viel Engagement umgesetzt haben. Der eigene Anspruch, „Kosmetik ohne Gedöns“ zu vertreiben, ist ein lebendiger Kontrast zu „früher war mehr Lametta“ – und deutlich nachhaltiger. Herzlichen Glückwunsch zum Preis Jungunternehmen des Jahres 2021.“

Markus Hilkenbach,
Vorstandsvorsitzender
der Wuppertaler Stadtwerke

Aus einer Projektidee für die Universität haben Elina Giorgou und Veronika Bauer innerhalb weniger Jahre ein eigenes Start-up geschaffen und sich als Unternehmerinnen selbstständig gemacht. Unter dem Namen *verpackmeinnicht* bieten die beiden 30-jährigen selbstgemachte Naturkosmetik an, die auf den Wortteil „Natur“ besonderen Wert legt. „Selbst in vermeintlicher Naturkosmetik ist nicht nur Natur drin. Da ist man oft schnell erschrocken, wenn man nachliest, was alles drinsteckt“, sagt Veronika Bauer. Zudem wollen die beiden Firmengründerinnen die Plastiknutzung bei Kosmetika reduzieren. „Deshalb verwenden wir auch kein Plastik bei unseren Verpackungen“, betont Elina Giorgou.

Kennengelernt haben sich die beiden jungen Frauen während ihres Bachelor-Studiums an der Universität Paderborn, später absolvierten die beiden dann einen Magisterstudiengang an der Bergischen Universität Wuppertal: Veronika Bauer mit dem Abschluss im Fachbereich Management und Marketing, Elina Giorgou in Entrepreneurship und Innovation. An der Uni hatte Giorgou zuvor 2016 im Rahmen eines Seminars ihre Idee zur Gründung eines Unternehmens vorgestellt, das Kosmetik zum Selbermischen verkauft. Hintergrund war, dass Giorgou sich damals schon seit einigen Jahren mit dem Selbermischen von Kosmetik in der heimischen Küche befasst hatte. „An der Uni fand mein Businessplan damals nicht besonders viel Zuspruch. Erst als ich Veronika davon erzählte, war die begeistert“, berichtet Elina Giorgou.

Ziel des Unternehmens sei, die Produkte und Rezepturen „absolut transparent“ herzustellen und zu verkaufen, sagt Bauer, die ursprünglich aus dem sauerländischen Menden stammt. Weil man wisse, wie aufwendig das Selbermischen von Kosmetika sei, habe man sich gedacht: „Das muss doch einfacher, bequemer und nachhaltiger gehen!“ Allerdings hätten die „behördlichen Regularien“ zur Gründung des Unternehmens die beiden zunächst abgeschreckt. Im August 2019 wurde die Firma dann ins Leben gerufen, nachdem die beiden Jungunternehmerinnen sich zunächst etwas Zeit für die Produktentwicklung genommen hatten.

Wobei die behördlichen Hürden nur eine Herausforderung waren, mindestens genauso hoch waren die finanziellen Voraussetzungen. „Wir hatten ja nur wenig Eigenkapital“, räumt die in Wuppertal geborene Elina Giorgou ein. Also griffen die beiden zu einem Instrument, das in Zeiten der digital orientierten Öffentlichkeit

immer beliebter wird: das Crowdfunding. Über die finanzielle Unterstützung kamen 12.000 Euro zusammen, die den beiden bei ihrem Start in die Selbstständigkeit halfen.

Als erste Produkte brachten die beiden „DIY Sets“ etwa zu Body-Butter, Deo-Creme oder Lippenbalsam auf den Markt – vornehmlich verkauft über das Internet und die Homepage www.verpackmeinnicht.de. „DIY“ steht für „Do it yourself“, folgt also jenem autodidaktischen Ansatz, den auch die beiden Gründerinnen bevorzugen. Ergänzt wird das Portfolio durch „fertige Produkte“ sowie Geschenkideen. Alle Produkte sind dabei „plastikfrei, vegan, bio und wie immer ohne Gedöns“, wie die beiden Jungunternehmerinnen auf ihrer Internetseite verraten.

Die Rohstoffe zur Herstellung ihrer Kosmetika beziehen die beiden von einem Biolieferanten aus Süddeutschland, die Gläser, Tiegel und Flaschen stammen aus einem Unternehmen in Wuppertal. Die Herstellung der Kosmetika erfolgt in einem Reinraum in den Troxler-Werkstätten auf Hatzfeld. Zudem arbeiten die beiden über einen Co-Working-Space in Solingen und – in Zeiten der Corona-Pandemie millionenfach bewährt – via Homeoffice. Wegen der Pandemie fielen Präsentationen auf Messen und ähnliches bislang allerdings etwas mager aus. Das habe sich in den letzten Wochen zum Glück etwas verbessert.

Mit der Geschäftsentwicklung zeigen sich die beiden jungen Frauen vollauf zufrieden, noch

müssen die Einnahmen allerdings vor allem ins Unternehmen fließen. Man habe mittlerweile Kunden aus ganz Deutschland. „Bislang funktioniert alles sehr gut. Das Potenzial kann aber noch wachsen“, gesteht Veronika Bauer. Mittlerweile vertreiben die beiden ihre Waren auch über einige Bio-Shops. „Ein Traum“ sei derzeit noch die Eröffnung eines eigenen Ladenlokals, sagt Bauer. Die Auszeichnung mit dem Wuppertaler Wirtschaftspreis 2021 in der Sparte „Jungunternehmen“ mag den beiden da zusätzlichen Schwung für den geschäftlichen Alltag verleihen.

Derzeit blicken Giorgou und Bauer vor allem auf das Weihnachtsgeschäft. Dazu sollen nun besonders die DIY-Sets beworben werden. Überdies wollen Bauer und Giorgou neben der Pflegekosmetik künftig auch den Bereich „Dekorative Kosmetik“ für ihr Unternehmen erschließen und Produkte dazu anbieten.

www.verpackmeinnicht.de



#ATELIER GREGOR EISENMANN

UNTERWEGS IM AUFTRAG DER KUNST

Gregor Eisenmann setzt die Stadt Wuppertal seit Jahren in ein besonderes Licht – dafür erhält er nun den Stadtmarketingpreis

Mal abgesehen von seiner genetischen Mitgift hatte Gregor Eisenmann in jüngeren Jahren eigentlich gar nicht die Absicht, einmal freischaffender Künstler zu werden. So studierte der 37-jährige Wahl-Wuppertaler ursprünglich Kommunikationsdesign an der Ruhr-Akademie in Schwerte. „Ich hatte mir gedacht, ich mache etwas, mit dem man auch Geld verdienen kann“, sagt Eisenmann. Das tat er nach seinem Diplomabschluss im Jahr 2008 auch, machte sich als Kommunikationsdesigner selbstständig. Doch schon während des Studiums hatte Eisenmann einen „Schwerpunkt auf Kunst und Malerei“ gelegt und erste Ausstellungen organisiert. Und so trat er dann doch irgendwann in die „Fußstapfen“ seines Vaters, der Bildhauer ist und 25 Jahre als Kunstlehrer am Bodensee gearbeitet hat. Gregor Eisenmann selbst bezeichnet sich als „Licht- und Medienkünstler“, der im öffentlichen Raum arbeitet und „temporäre Kunstwerke“ schafft.



„Ich möchte Geschichten erzählen und somit Stadtgeschichte reflektieren. – Das ist der Antrieb von Gregor Eisenmann, der mit seinen Lichtinstallationen unsere Stadt über die Grenzen hinaus bekannt gemacht hat. Achtsamkeit für das eigene Lebensumfeld, um somit ein Bewusstsein für die Umwelt zu schaffen – das ist mit Projekten wie dem Lindauer Leuchtturm oder der jüngsten Ausstellung „Luftraum“ in den Barmer Anlagen gelungen.“

Dietmar Schwabe-Werner
Mercedes-Benz
Vertriebsdirektion West
Mitglied der Geschäftsleitung

Vor etwa zwei Jahren hat Eisenmann seine Arbeit als Kommunikationsdesigner aufgegeben, lebt nun nur noch von seiner Kunst und seinen Projekten. Er schafft Licht- und Toninstallationen, die er etwa auf Gebäude wie das Opernhaus in Barmen oder auf den Bahnhof in Elberfeld projiziert hat. Eine wichtige Rolle in seiner persönlichen Entwicklung spielt zweifelsohne der frühe Kontakt zu den Verantwortlichen von Utopiastadt und der Clownfisch Netzwerkagentur. „2011 habe ich im Mirker Bahnhof als einer der ersten Mieter ein Atelier bezogen und dort angefangen“, erzählt er. Vor fünf Jahren zog er dann von dort in sein nahegelegenes Atelier an der Düppeler Straße um, einem ehemaligen Schreibwarengeschäft. „Die Projekte wurden so groß, dass ich mehr Raum brauchte“, berichtet er.

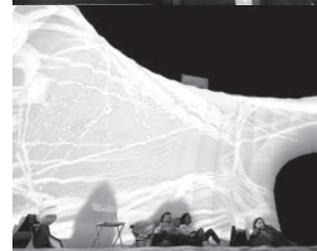
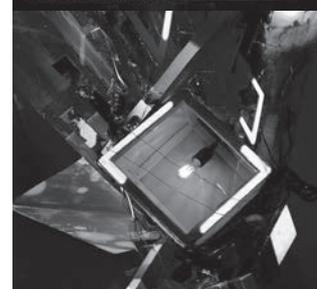
Dort hat Eisenmann nun seine operative Basis, von der aus er seine zahlreichen Projekte planen kann – wobei auch die Corona-Krise seinen Angaben zufolge keine größeren Ruhepausen im kreativen Geschäft nötig gemacht hatte. Dass die Stadt Wuppertal bei zahlreichen seiner Vorhaben eine große Rolle spielt und er damit für positive Werbung und Bekanntheit der Stadt sorgt, bringt dem 37-jährigen den Wuppertaler Wirtschaftspreis 2021 in der Sparte „Stadtmarketing“ ein. Doch nicht nur durch seine Werke rückt er Wuppertal, dessen Gebäude und übrigen Sehenswürdigkeiten in ein besonderes Licht. Auch von dem großen kreativen Potenzial in der Stadt spricht Eisenmann in den höchsten Tönen: „Die Kreativität hier ist absolut fantastisch.“

In Eisenmann, der neben Wuppertal auch immer wieder am Bodensee – seiner alten Heimat – oder am Gardasee in Italien arbeitet, findet die Kunstszene Wuppertals einen Protagonisten, der vor neuen Ideen übersprudelt, alles selbst in die Hand nimmt und umsetzt – und zugleich nicht vergisst, eine Machbarkeitsstudie zu den Projekten zu erstellen und auch die Kosten aufzulisten. Von Bekannten wurde er schon mal als „one man army“ bezeichnet. Wobei der 37-Jährige mittlerweile selbst ein- sieht, dass er für seine Projekte stärker auf die Unterstützung von Firmen und Kollegen zurückgreifen sollte – einfach, um die zahlreichen Projekte in Sachen Planung, Logistik und Inszenierung auch angemessen umsetzen zu können.

In seinem Atelier präsentiert Eisenmann zahlreiche seiner Bilder und Video-Lichtskulpturen. Dar- unter sind auch seine „Mix-Media-Collagen“, in denen er digitale Bilder übermalt oder anderweitig verfremdet. Viele Werke zeigen dabei Szenen aus dem städtischen Raum und haben eine Dynamik, die an die Kunstrichtung des Futurismus erinnert. „Alles, was wir sehen, hat seine eigene Rhythmik“, sagt Eisenmann. Wobei mittlerweile die Arbeit an seinen Lichtkunstinstallationen mit deutlichem Abstand die meiste Zeit in Anspruch nimmt. Das Malen sei dagegen mittlerweile eher ein „Freiraum, den ich mir nehmen muss“.

Durch seine Arbeit im öffentlichen Raum habe er „die Stadt in all ihren Facetten in den letzten 10 bis 15 Jahren kennengelernt“, sagt der Künstler. Er wolle mit seiner Arbeit „die Phantasie, die hier eigent- lich konstant in jeder Ecke zu spüren ist“, aufgreifen und öffentlich zugänglich machen. Schließlich sei es die „Aufgabe der Kunst, zu sensibilisieren und unserer Umwelt mit einer höheren Achtsamkeit zu begegnen“.

www.gregoreisenmann.de



PREISTRÄGER DER VERGANGENEN JAHRE

2019

Jungunternehmen des Jahres:

Creme Eis

Stadtmarketingpreis:

Schwebebahn-Lauf e.V.

Unternehmen des Jahres:

AiCuris Anti-infective Cures AG

2018

Jungunternehmen des Jahres:

ENTRANCE – Gesellschaft

für Künstliche Intelligenz und Robotik mbH

Stadtmarketingpreis:

Historische Stadthalle Wuppertal

Unternehmen des Jahres:

Radprax – Gesellschaft für

medizinische Versorgungszentren mbH

2017

Jungunternehmen des Jahres:

Outside the Club GmbH

Stadtmarketingpreis:

Wuppertaler Schwebebahn

Unternehmen des Jahres:

K.A. Schmersal GmbH & Co. KG

2016

Jungunternehmen des Jahres:

International Education Centers

Stadtmarketingpreis:

UTOPIASTADT e.V.

Unternehmen des Jahres:

Gebr. Becker GmbH

2015

Jungunternehmen des Jahres:

Institut für Qualitäts- und

Zuverlässigkeitsmanagement GmbH (IQZ)

Stadtmarketingpreis:

Bergischer Handball-Club (BHC)

Unternehmen des Jahres:

Heinz Berger Maschinenfabrik GmbH & Co. KG

2014

Jungunternehmen des Jahres:

MyCocktail Taxi

Stadtmarketingpreis:

Bergische Universität Wuppertal

Unternehmen des Jahres:

Coroplast, Fritz Müller GmbH & Co. KG

2013

Jungunternehmen des Jahres:

TFI /Talention

Stadtmarketingpreis:

Sinfonie Orchester Wuppertal

Unternehmen des Jahres:

Bayer AG

2012

Jungunternehmen des Jahres:

crossboccia GmbH

Stadtmarketingpreis:

Junior Uni Wuppertal

Unternehmen des Jahres:

netzkern AG

2011

Jungunternehmen des Jahres:

WaveScape Technologies GmbH

Stadtmarketingpreis:

Von der Heydt-Museum

Unternehmen des Jahres:

Druckhaus Ley + Wiegandt GmbH + Co.

2010

Jungunternehmen des Jahres:

KitalConcept

Stadtmarketingpreis:

Wuppertal Institut für Klima,

Umwelt, Energie GmbH

Unternehmen des Jahres:

E/D/E - Einkaufsbüro

Deutscher Eisenhändler GmbH

2009

Jungunternehmen des Jahres:

annos GmbH

Stadtmarketingpreis:

Skulpturenpark Waldfrieden

Unternehmen des Jahres:

GEPA - The Fair Trade Company

2008

Jungunternehmen des Jahres:

rentapneu GmbH

Stadtmarketingpreis:

Wuppertaler Kurrende e.V.

Unternehmen des Jahres:

Vollkornmühle - Bäckerei Myska

2007

Start-Up des Jahres:

MAYWERK GmbH (vorm. mayerundthiele)

Stadtmarketingpreis:

Wuppertalbewegung e.V.

Unternehmen des Jahres:

WKW Walter Klein GmbH & Co. KG

2006

Start-Up des Jahres:

MODEMOBIL

Stadtmarketingpreis:

Zoo-Verein Wuppertal e.V.

Unternehmen des Jahres:

akzenta Hans Löbber GmbH & Co. KG

2005

Start-Up des Jahres:

Hansen Ingenieure

Stadtmarketingpreis:

Tanztheater Pina Bausch

Unternehmen des Jahres:

Knipex Werk C. Gustav Putsch KG

2004

Start-Up des Jahres:

CETEQ GmbH & Co. KG

Stadtmarketingpreis:

Dr. Werner Jackstädt, Jackstädt-Stiftung

Unternehmen des Jahres:

Brose Schließsysteme GmbH

2003

Start-Up des Jahres:

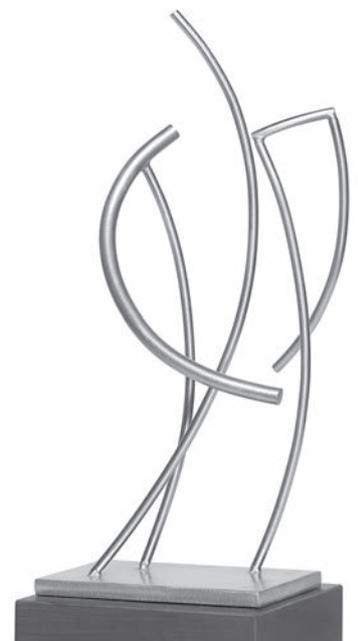
Steuratech GmbH

Stadtmarketingpreis:

Dinnebier Licht GmbH

Unternehmen des Jahres:

RIEDEL Communications GmbH



KONTAKT

Wuppertal Marketing GmbH
Friedrich-Engels-Allee 83
42285 Wuppertal

Telefon 02 02 . 5 63 40 97
Telefax 02 02 . 5 63 80 14
info@wuppertal-marketing.de
www.wuppertal-marketing.de

VERANSTALTER

WUPPERTAL  MARKETING

 Stadtparkasse
Wuppertal

 wuppertalaktiv!
ideen · impulse · initiativen

CO-VERANSTALTER

 WSW



MERCEDES-BENZ WUPPERTAL
WUPPERTAL • SOLINGEN • REMSCHEID



Wirtschaftsförderung
Wuppertal

SPONSORING-PARTNER

 Barmenia
DRUCK · MEDIEN · LEBEN

 RINKE

oundmdesign

 OFFSET COMPANY
Druckereigeschichte mehr

 tant

MEDIENPARTNER

 WZ

 102.4
RADIO WUPPERTAL